

17 апреля 2014

Как с помощью CRM задать вектор развития всего бизнеса

Подробный кейс о внедрении Microsoft Dynamics CRM Online в российской логистической компании Mailbrand.

Ситуация

Бизнес ориентирован на извлечение прибыли — эта аксиома известна. Но далеко не во всех компаниях задаются вопросом, как максимизировать выгоду, одновременно упростив процесс ее получения? Иными словами, как сделать операционную деятельность более эффективной? «Любым процессом, если в нем участвуют несколько людей, надо управлять, а управленцам нужны объективные цели и измерения. По сути, продажи — это что? Производится ряд действий: звонки, встречи, отправка коммерческих предложений и т. д. Нам нужен был инструмент для оценки эффективности действий менеджера — какова конверсия от его усилий, сколько продаж получается от деятельности каждого из них», — вспоминает Алексей Медведев, управляющий директор Mailbrand.

По его мнению, такая аналитика полезна не только для управленцев, но и для самих менеджеров: «Им становится наглядно понятно, как преобразовать кинетическую энергию в потенциальную, каковы конечные результаты их ежедневных усилий, ведь это в конечном счете не совершенные звонки и



проведенные встречи, а конкретные заключенные сделки и заработанные деньги», — говорит Медведев.

Помимо оценки эффективности деятельности текущей, Mailbrand нужны были воронка продаж и обширная статистика, ведь молодой развивающейся компании нужно было делать прогнозы по объему работ, планированию прибыли и, соответственно, возможным вариантам развития бизнеса.

«Мы начали с того, что запланировали рост продаж на 150 тысяч в месяц, и к концу года, используя **Microsoft Dynamics CRM**, мы смогли довести этот показатель до 500 тысяч рублей за счет более быстрой и качественной работы как коммерческого департамента, так и компании в целом».

Решение

Mailbrand нуждался в решении, которое позволило бы вывести управление коммуникациями с клиентами на новый уровень, повысить эффективность работы менеджеров по продажам и, как результат, увеличить объемы продаж.

«Три основных составляющих, требуемых нами от системы, — планирование, системный подход и масштабирование. Нам нужно было единое информационное пространство, комплексные мероприятия и подтвержденная оценка отделу развития. Плюс для нас важным было соотношение цена/качество и оптимальность развертывания», — говорит управляющий директор Mailbrand. По итогам отбора и сравнений компания остановилась на решении от Microsoft.

«[Microsoft Dynamics CRM Online](#) — это отличное решение от лидера ИТ-рынка, обладающего пониманием потребностей современного бизнеса. Благодаря тому что это облачный сервис, мы перестаем быть «привязанными» к офису и можем работать из любого удобного места. Для нас, как развивающейся компании, это очень серьезное преимущество: по мере увеличения штата сотрудников нам уже не требуется в срочном порядке искать новый, более просторный офис. В свою очередь сотрудники могут выбирать наиболее оптимальный для них график и темп работы», — отметил Алексей Медведев.

Облачная CRM-система Microsoft включает все инструменты, которые необходимы для эффективных продаж и выстраивания с клиентами долгосрочных отношений. Кроме того, теперь руководство компании может качественно анализировать полученные результаты и на их основе определять ключевые показатели эффективности сотрудников.

К числу других преимуществ, отмеченных в компании по результатам запуска системы, относятся понятный, хорошо организованный интерфейс Microsoft Dynamics CRM Online и простота управления решением: для его администрирования достаточно обладать навыками продвинутого пользователя. Легкая интеграция с другим программным обеспечением и бизнес-приложениями позволяет создать в компании единую информационную систему, где будут представлены все данные о клиентах и работе с ними.

Результаты

Компания ставила перед собой амбициозные цели: увеличение прибыли в несколько раз, выявление КПД менеджеров по продажам и в конечном счете четкое понимание бизнес-процессов, дающее возможности для долгосрочного планирования.

«**Microsoft Dynamics CRM** позволяет понимать, куда мы движемся.

Реализация процессного подхода позволяет отслеживать все сделки всех менеджеров. Если у нас есть информация про тендеры, которые будут, например, через год, мы уверены, что точно не потеряем эту информацию, достаточно поставить отметку в системе», — говорит управляющий директор Mailbrand. Компания начала внедрение в мае, выбрав в качестве консультанта "КОРУС Консалтинг", полноценная работа началась в сентябре (это связано с сезонностью бизнеса) и увеличила оборот в 4 раза.

«Мы начали с того, что запланировали рост продаж на 150 тысяч в месяц, и к концу года, используя Microsoft Dynamics CRM, мы смогли довести этот показатель до 500 тысяч рублей за счет более быстрой и качественной работы как коммерческого департамента, так и компании в целом», — делится успехом Медведев.

По его словам, выбранное решение делает бизнес-процессы прозрачными, оказывая положительное влияние на работу с сотрудниками: происходит ротация продавцов, труд которых оценивается индивидуально. «Но самое важное, конечно, – это прогнозы: если мы видим, что что-то готовится, идут переговоры, — мы можем запускать производство. Если правильно использовать эту систему, то можно получить много приятных бонусов», — отмечает Медведев.

По его словам, Microsoft Dynamics CRM прост в администрировании и не требует дополнительных затрат на IT-специалистов. «Наши продавцы постоянно должны находиться в полях, вместе с тем мы должны оставаться с ними в едином пространстве, и использование планшетных ПК, на которые также без труда установится Microsoft Dynamics CRM, — это логичный и закономерный шаг, на который скоро, надеюсь, решимся и мы. Сегодня это очень востребовано, за такими технологиями будущее», — уверен управляющий директор Mailbrand.

